



Journal of Alpine Research | Revue de géographie alpine

102-1 | 2014

Ressources territoriales, développement et tourisme,
II : Qualités, Risques et Contradictions

Ressources patrimoniales et développement des territoires touristiques dans le Haut Atlas et les régions sud du Maroc

Said Boujroutf



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/rga/2259>

DOI : 10.4000/rga.2259

ISSN : 1760-7426

Éditeur

Association pour la diffusion de la recherche alpine

Référence électronique

Said Boujroutf, « Ressources patrimoniales et développement des territoires touristiques dans le Haut Atlas et les régions sud du Maroc », *Journal of Alpine Research | Revue de géographie alpine* [En ligne], 102-1 | 2014, mis en ligne le 17 juin 2014, consulté le 19 avril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/rga/2259> ; DOI : 10.4000/rga.2259

Ce document a été généré automatiquement le 19 avril 2019.



La *Revue de Géographie Alpine* est mise à disposition selon les termes de la licence Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International.

Ressources patrimoniales et développement des territoires touristiques dans le Haut Atlas et les régions sud du Maroc

Said Boujroutf

- 1 Les montagnes du Haut Atlas et les régions sud font partie des zones de marge au Maroc. Ces régions affrontent actuellement des défis majeurs liés essentiellement aux faibles niveaux de développement humain et social et aux fortes dégradations de l'environnement naturel (Antheaume et Giraut, 2002 ; Bellaoui, 1996 ; Leimbürger, 2004). Différentes politiques et stratégies ont été mises en place pour améliorer les conditions de vie des populations locales en préservant au mieux leurs milieux. En parallèle, de multiples initiatives locales ont été axées, entre autres, sur le développement d'un tourisme qui se veut respectueux, engagé et partenarial intégrant de nouvelles formes d'exploitation et de gestion des ressources patrimoniales.
- 2 Un processus de patrimonialisation des ressources locales « spécifiques » est déclenché dans ces zones sous l'effet des changements affectant le Maroc dans le contexte de mondialisation. La valorisation des ressources locales devient un enjeu majeur qui mobilise différents acteurs autour des nouvelles approches de montage de projet. Le modèle global de la création des activités touristiques génératrices de revenus qui est centralisé et descendant tend à se transformer dans ces zones de marge au profit d'un modèle décentralisé et partenarial entre différents intervenants (Boujroutf, 2005).
- 3 Ces processus relèvent des concepts de ressource territoriale qui peut être latente (Gumuchian et Pecqueur, 2007) et qui peut être définie comme le « résultat d'une stratégie établie par un groupe d'acteurs qui coopèrent autour d'un même but de reconnaissance de particularismes locaux, soit de spécificités, qu'ils se sont appropriés et souhaitent valoriser au travers d'un projet de territoire » (Landel, 2013).
- 4 Plus spécifiquement la ressource patrimoniale est considérée comme « un objet matériel ou immatériel sélectionné, révélé et transmis par un collectif social et engagé dans un

projet pour sa référence temporelle. Elle fixe la permanence et l'inscrit dans la durée. » (Senil, Landel 2013). Elle traduit aussi la capacité des acteurs surtout locaux à mobiliser leur intelligence et leur conscience collectives pour faire émerger l'identité culturelle de leur territoire au travers de l'implication de l'économie du patrimoine. La mise en valeur et la mise en scène des objets patrimoniaux n'est pas seulement le produit de l'action collective locale mais résulte aussi et dans plusieurs cas de déclenchement de ces processus par différents acteurs de différentes échelles (administration, collectivités territoriales, mécénat, OG et ONG étrangères).

- 5 La construction de projet autour de la valorisation de ressources patrimoniales territoriales alimente la dynamique de recompositions territoriales, politiques et institutionnelles. Mais celles-ci aussi posent le problème de l'articulation de l'archipel des territoires de développement au niveau horizontal comme au niveau vertical. La ressource territoriale qui est au centre des processus de patrimonialisation et de construction territoriale se trouve en effet confrontée à des défis de développement humain et social. Cela pose, directement ou indirectement, le problème de la nature du rapport entre les différentes composantes du capital social, du capital spatial et du capital économique (Boujrouf, 2004 ; Boujrouf *et al.*, 2009).
- 6 Ainsi les questions qui se trouvent au cœur de cet article sont les suivantes : Comment la ressource territoriale se construit-elle dans les expériences de développement local touristique du Haut Atlas ? Comment participe-t-elle au processus de patrimonialisation en cours dans ces régions de marge ? Est-ce que la ressource territoriale créée ou révélée est de nature à dépasser les approches sectorielles et strictement locales ?

Le retour du rural montagnard par l'entrée de la ressource territoriale, puis patrimoniale

- 7 Les montagnes du Haut Atlas et les régions du sud du Maroc passent actuellement d'une économie basée essentiellement sur l'agriculture et le pastoralisme à un repositionnement socio-spatial intégrant leurs spécificités dans un cadre globalisé. De nouvelles constructions collectives de projets de territoire sont initiées par des acteurs locaux pour faire valoir leurs contraintes ou leurs opportunités. L'émergence de nouveaux enjeux et de nouveaux espaces attractifs (Ben Arrous, 2006 ; Bellaoui, 1996) a donc participé à l'accélération, dans l'histoire du développement local, des transformations des sociétés locales et de leurs systèmes de production et de représentation.
- 8 Les montagnes marocaines sont associées pour la plupart des Marocains de la plaine ou des villes à des régions de « dissidence » et à un espace difficile à aménager et développer. Le changement a pris différentes formes qui vont du cadrage administratif au développement sectoriel à l'exploitation des ressources spécifiques. Les montagnes et leurs espaces environnants commencent à être reconnus comme patrimoine de la nation. Mais le processus de patrimonialisation de la montagne au Maroc n'a pris de sens que dans le cadre du développement économique sectoriel lié essentiellement à la mise en tourisme de la montagne (Boujrouf, 2004) et à la préservation de la biodiversité sous forme d'aires protégées. C'est le tourisme qui a modifié les images stéréotypées de la montagne par le biais de la mise en scène des richesses locales, de l'implantation des infrastructures d'hébergement, de l'organisation de l'activité depuis les marchés

extérieurs et l'acheminement des touristes vers des régions plus reculées avec des retombées socio-économiques importantes.

- 9 Le passage, en parallèle, d'une politique publique assurée essentiellement par une administration technico-sectorielle à des politiques territoriales impliquant de nouveaux acteurs économiques, associatifs et politiques opérants dans ces zones reculées a participé à l'émergence de nouvelles initiatives de développement local basées sur l'approche par projet de territoire.
- 10 Les potentialités ou les richesses locales sont exploitées en mobilisant fortement des savoir-faire locaux relevant de l'histoire locale ou régionale avec un fort marquage identitaire (Oiry, 2012). Ces ressources territoriales patrimoniales deviennent de plus en plus des objets attrayants des actions collectives diverses pour le développement territorial. Les processus de valorisation de ces ressources par des procédés de qualité autour desquels se sont développés de nouvelles filières économiques et de nouveaux circuits touristiques renforçant leur patrimonialisation parfois consensuelle ou parfois conflictuelle. Le monde rural patrimonialise de plus en plus ses ressources, ses espaces (Chevallier, 2000) et ses identités par la valorisation touristique. Les acteurs s'impliquent davantage dans l'appropriation de ces ressources en mobilisant leurs capacités et en utilisant de nouveaux instruments de la promotion adoptant les nouvelles techniques du marketing territorial rarement utilisées par le passé. Le cas de projets de développement autour de la valorisation de produits spécifiques tels que l'argan, le safran ou la rose en sont de bons exemples (Romagny, 2010 ; Landel *et al.*, 2014) de même que la mobilisation autour de la valorisation de pratiques communautaires tels que les agdals (Auclair, Alifiqui, 2013).
- 11 Ces tendances de valorisation et de patrimonialisation sont produites à la base dans le Maroc central et riche, basé sur des systèmes économiques compétitifs. Les paniers de biens des destinations exposent donc des produits patrimonialisés mais génériques (les riads, les ambiances des souks et de médina, l'artisanat) à des prix compétitifs avec une notoriété et un niveau de qualité attractif couplé à du tourisme balnéaire aussi générique. À l'opposé, les zones de la marge en difficultés de développement ne pourraient convenablement produire des services et des produits compétitifs avec de bons rapports qualité prix. Pour trouver une place sur les marchés touristiques hors des niches de l'écotourisme élitiste, elles commencent à intégrer les dimensions de « durabilité » environnementale et de spécificités locales : les territoires locaux exposent alors ce qu'ils ont de plus cher (Senil, 2011) pour avoir plus de visibilité sur le marché accessible au tourisme de masse que draine par exemple la ville de Marrakech. Cette stratégie de valorisation visant à promouvoir le spécifique de leurs produits, la différenciation de leurs territoires et de leurs sociétés, renforce par ailleurs le processus de leur patrimonialisation.
- 12 Même si le système de valeur impliquant ces processus de patrimonialisation dans le développement de ces zones essaie de réduire l'opposition entre modernité et tradition en mobilisant les points de leur croisement, la modernité continue à être vue comme un grand facteur d'altérité culturelle, sociale et politique. Elle est pour les uns « du bien qui fait du mal » ou pour les autres « du mal qui fait du bien ». Par ailleurs, la tradition continue à être elle-aussi vue partout en montagne et dans ces régions du Sud comme un facteur d'arriération bien qu'elle soit « un mal ou bien nécessaire » pour le développement de ces régions. On voit là les contradictions potentielles entre la nécessité sociale et économique y compris pour le tourisme de voir progresser les infrastructures et

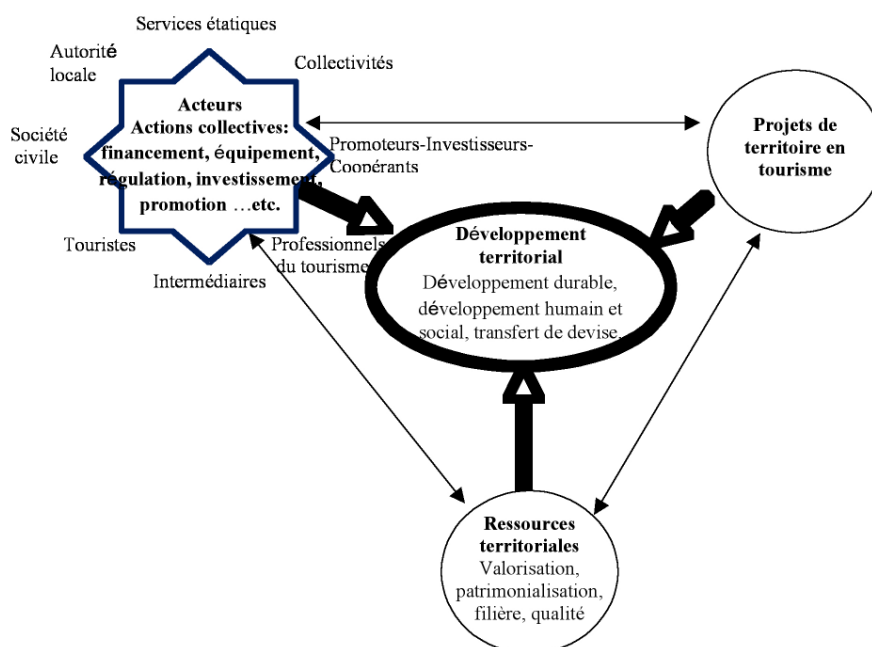
services de base tels que l'accès à l'électricité et à l'éducation et la valorisation des spécificités culturelles qui est associée à l'idée de marginalisation et de cadre de vie traditionnel.

- 13 Comment renforcer donc la conciliation du couple modernité – tradition en promouvant des spécificités locales revues comme faisant partie de la tradition et compatibles avec un développement durable ? Quels instruments de la modernité peuvent être utilisés dans cette démarche ?
- 14 Ce retour du rural – montagnes atlasiques et oasis- sous forme de nouvelles problématiques se traduit par l'émergence et le déclenchement dans cet espace d'un processus de mobilisation, de recomposition et des effets territoriaux qui vise l'articulation de l'économie dite traditionnelle vivrière à une « petite économie » ouverte et orientée par des facteurs clés :
 - les projets d'investissements de la mondialisation par les villes environnantes notamment Marrakech, Agadir, Essaouira et Ouarzazate ;
 - les investissements en économie sociale appuyés par la participation des bailleurs de fonds nationaux et internationaux ;
 - l'argent de l'émigration orienté vers l'immobilier, le secteur touristique et des services locaux indispensables au développement local ;
 - le choix du tourisme dans lequel la montagne et les oasis joue un rôle secondaire mais non marginal car constitutif de l'ensemble du produit Maroc et de sa diversité.

Vers l'intégration des ressources patrimoniales spécifiques dans les projets de territoire touristiques

- 15 Dans la période allant des années soixante aux années quatre-vingt, les projets visant la création des activités et des équipements de service touristique au Maroc étaient essentiellement conduits par les pouvoirs publics. Bien que le secteur privé fût engagé dans de nombreux chantiers d'investissement touristique, il n'était pas très soucieux des questions de développement touristique local dans les zones de marge. Il les considérait en tant qu'espaces peu porteurs avec un manque de masse critique pour l'amortissement des investissements. À cette époque, les professionnels du tourisme ou plus précisément les investisseurs sont dans leur majorité à la recherche exclusive des meilleurs rendements. Ils sont ainsi considérés comme opportunistes et appelés les « porte-monnaie » du secteur appelés par les Marocains les « *moul choukara* ». De son côté, le touriste ciblé favorise les zones côtières aménagées qui présentent des espaces de confort et de facilité. Nous nous trouvons donc en face d'un modèle centré sur le touriste consommateur de produit générique concurrentiel, pour lequel la plus value marocaine patrimoniale est un facteur secondaire de choix.

Figure 1. Nouveau modèle pour le montage des projets de territoire intégrant la variante tourisme: décentralisé et mixte visant un partage gagnant-gagnant



- 16 Depuis la fin du siècle dernier, le tourisme au Maroc commence à subir des évolutions qui touchent non seulement à la nature de l'offre et à la commercialisation de nouvelles destinations, mais aussi aux espaces de pratiques touristiques, de leur organisation et de l'implication de nouveaux acteurs. L'approche par projet devient un nouvel instrument de projection spatiale de l'activité touristique dans les arrière-pays des pôles touristiques marocains. Les ressources territoriales spécifiques incluant les produits liés aux terroirs, à l'artisanat, à la culture et à la nature deviennent des éléments centraux dans la valorisation touristique. Le développement des filières économiques liées à ces ressources spécifiques de « qualité », ont pu mobiliser, dans ces zones de marge, des individus et des réseaux d'acteurs, avec une tendance claire à la promotion féminine, et à celle de l'économie solidaire via les associations, les coopératives, les ateliers collectif d'artisanat, etc. De nouvelles catégories d'intermédiaires prennent place dans le système territorial local entre producteurs et acheteurs, entre porteurs de projets dans l'agriculture, l'artisanat, la culture, le commerce d'un côté et les consommateurs dans le monde du tourisme de l'autre.
- 17 Le monde rural de ces régions, reculées et isolées depuis des siècles durant, devient de plus en plus connecté à l'urbain et à la mondialisation par des circuits touristiques qui les sillonnent avec un encadrement de réseaux territoriaux hiérarchisés et imbriqués les uns dans les autres. Des recompositions territoriales touchent de plein fouet les familles et les sociétés rurales traditionnelles. Elles ont affecté la structure des pouvoirs locaux par l'engagement d'une nouvelle élite locale dans la sphère politique comme le cas des guides touristiques, des fabricants de produits cosmétiques, des vendeurs de produits de terroirs, des artisans, des commerçants de bazar, des intermédiaires, des animateurs, les porteurs de projet de la société civile... qui prennent leur place au détriment de

notabilités sociales et socioprofessionnelles traditionnelles. Les projets de territoire liés à la valorisation patrimoniale des ressources territoriales, conduits par le biais de différentes associations, coopératives et opérateurs du tourisme, sont engagés, de plus en plus, dans de nouvelles formes de tourisme qui se présente comme équitable, solidaire, durable.

La patrimonialisation de la ressource territoriale : reconnaissance des spécificités et des identités locales avec une démarche « qualité »

- 18 Actuellement, la production locale des zones de marge, dont font partie le Haut Atlas et les régions sud des oasis, ne sauraient être concurrentielles en terme de rapport qualité-prix sur des produits et services génériques. Dans le domaine de l'économie territoriale et touristique, en jouant la carte de la spécificité (François *et al.*, 2006), la différenciation du produit, de son producteur et de son territoire peuvent faciliter son accès au marché intérieur et/ou extérieur en lui donnant une valeur ajoutée exceptionnelle.
- 19 De ce fait, le Maroc, dans le cadre de son programme « Maroc vert » et essentiellement dans son pilier II pour le développement de l'agriculture des zones de la marge, engage depuis 2008 une politique de valorisation des produits de terroir en leur associant la reconnaissance de leurs spécificités et de leur valeur patrimoniale avec une démarche qualité qui pourrait faciliter leur intégration dans les circuits du commerce et du tourisme équitables. Toutefois, cette démarche n'a pas les mêmes ambitions dans le Pilier I du même programme dédié aux régions des grands aménagements hydro-agricoles retenues pour faire face aux exigences des échanges commerciaux avec les pays partenaires et de la compétitivité des marchés mondiaux.
- 20 Il est bien évident que ces ressources spécifiques et patrimoniales commencent à s'imposer dans certaines périphéries marocaines et notamment le Haut Atlas et le grand Sud comme des ressources alternatives qui valorisent les savoirs locaux et reconstruisent des identités locales à base patrimoniale. Pourquoi ces régions sont donc plus prêtes à patrimonialiser et à valoriser leurs ressources ? Plusieurs raisons peuvent être avancées :
 - ces régions ont pu conserver pendant longtemps leurs traditions ancestrales et leurs collectivités traditionnelles à l'écart des grands changements et des grands bouleversements affectant le reste du Maroc depuis plus d'un siècle ;
 - elles ont connu une forte émigration vers le Maroc riche ou vers l'étranger. Leurs migrants ont pu conserver de forts liens sociaux avec leurs pays de départ en y favorisant l'ouverture et l'innovation. La majorité d'entre eux soutiennent les initiatives locales de développement et apportent soutien à leurs communautés d'appartenance par un certain évergétisme (Boujrout *et al.*, 2012) ;
 - les populations de ces régions sont connues par leur habileté à pratiquer des activités commerciales et artisanales ce qui facilite la valorisation de leurs produits locaux ;
 - ces régions recèlent des ressources naturelles ou des produits de terroir spécifiques à ces régions comme l'argan, le safran, la rose, les dattes, etc. Les populations locales ont su les sauvegarder et les valoriser par leurs savoir-faire spécifiques dans le cadre d'une économie de subsistance qui tend vers la marchandisation ;

- ces régions sont polarisées par au moins quatre villes touristiques, à savoir Agadir, Marrakech, Ouarzazate et Essaouira qui cherchent à diversifier leurs offres en développant un tourisme de niche dans leurs arrière-pays ruraux.
- 21 Par ailleurs, le contexte international est lui aussi devenu favorable pour le commerce équitable et le montage de projets de tourisme engagé qui développe plusieurs formes intégrant ces produits spécifiques dans la consommation touristique. Les instances et les bailleurs de fonds internationaux apportent, eux aussi, leurs soutiens aux dynamiques locales dans les espaces reculés et déshérités.
- 22 Pour encadrer ces dynamiques, l'État a engagé non seulement des stratégies de développement rural à savoir celle du « Maroc vert » et celles, touristiques, des visions 2010 et 2020. Mais il les a accompagné de la production d'un arsenal juridique de reconnaissance et de labellisation des produits spécifiques et des aides publiques¹ qui précise les règles et les normes pour intégrer la qualité des produits de terroir² dans le développement humain et territorial. Il a favorisé l'amélioration des conditions de montage des projets en mobilisant les différents acteurs locaux, surtout les agents administratifs et facilite localement les missions de développement local des instances internationales impliquées dans la protection de l'environnement et du patrimoine.

Une démarche « qualité » précieuse mais coûteuse avec des enjeux complexes

- 23 La reconnaissance des ressources locales spécifiques par le biais de la labellisation et de la certification se fait par une démarche collective et partenariale menée au départ par des coopératives et des associations assistées par des agents de l'administration, surtout ceux de l'agriculture. Le développement des petites économies rurales, qui passe par la qualification et l'intégration, commence à être vu comme un moyen qui pourrait assurer un développement humain et social en réduisant le taux de pauvreté dans ces régions qui touche en moyenne 30 à 40% des populations communales. Il pourrait favoriser, par ailleurs, l'amélioration de la communication entre les différents acteurs concernés. Le tourisme rural commence à intégrer dans son offre les richesses de ces espaces en tant que ressources territoriales mobilisables pour renforcer l'attractivité touristique de ces espaces.
- 24 Mais ces dynamiques se référant à la spécificité se font dans un contexte de complexité et de difficultés liées essentiellement : au manque de savoir-faire et de qualification, aux coûts élevés pour adapter la production aux normes internationales et au manque d'habilitation des nouveaux acteurs à travailler ensemble. Bien que cette approche contribue à différentes formes de mobilisations collectives pour produire et promouvoir l'identité locale spécifique des régions concernées (pays de l'arganier, de l'amandier, du safran, de la rose, des dattes, du henné, etc.) et à la visibilité de ces régions et de leurs singularités en affectant à chacune une image de marque, les contextes des nouvelles orientations ne sont pas encore bien assimilés dans leur globalité et les démarches suivies évoluent dans plusieurs cas de manières différentes aux exigences de la qualification.
- 25 Les approches de reconnaissance et de qualification des ressources territoriales spécifiques affrontent dans plusieurs régions des défis majeurs. Tout d'abord, le processus de la certification, même s'il est un choix stratégique collectif, reste sélectif et limité à un nombre très réduit de produits spécifiques comme l'argan ou le safran. Ensuite, le

système local de production, connu pour son économie « vivrière », est diversifié et les excédents de plusieurs produits sont destinés aux marchés locaux. Dans le pays de l'argan, des produits de base, comme ceux issus des figuiers, amandiers, grenadier, citronnier, ...sont dominés par le seul produit phare valorisé par la certification.

- 26 La labellisation et la certification augmentent aussi le prix de revient des produits spécifiques (Johnson *et al.*, 2004, Romagny et Boujrourf, 2010) influencé par les coûts relevant des opérations de contrôle, de traçabilité, d'emballage... Comme déclaré par un certain nombre de professionnels dans la région de l'arganier, la certification coûte environ 4% du prix de revient d'un litre de l'huile d'argan. L'augmentation du prix de vente ne favorise pas vraiment la consommation locale et nationale de ces produits certifiés. Ces produits sont bien évidemment orientés vers le marché étranger et le tourisme international.
- 27 Cependant ces débouchés sont limités par le déficit de traçabilité et de conditionnement valorisant l'origine et la qualité des produits. Ceci est dû à la faiblesse d'organisation des filières qui restent informelles et manquent de professionnalisme Ceci accroît les difficultés d'accès de ces ressources régionales aux marchés du tourisme via la vente directe ou semi-directe (Och, 2012).
- 28 Dans un autre registre, la spécification commence à subir, dans les régions à forte demande commerciale et touristique, des effets de la banalisation et de l'appauvrissement de ces ressources (Hirczak *et al.*, 2009). La question de l'origine géographique fait également l'objet d'approximations, il existe en effet un décalage entre les lieux les plus fréquentés par le tourisme de montagne (les vallées du Haut Atlas de Marrakech, les abords du Mont Toubkal) et les aires d'origine de certaines productions des terroirs des régions « berbères » (Argan, Safran, Rose...), aussi la tentation est grande d'attribuer une origine locale à des productions régionales. Plusieurs produits prennent ainsi la voie des produits de terroir nomades car ils sont vendus dans des zones touristiques en tant que produits locaux en cachant leurs identités ou leurs origines géographiques. Dans d'autres cas ces produits sont reproduits par les industriels ce qui fait que les caractères de la spécificité ne sont plus respectés.
- 29 Les difficultés d'articulation des terroirs de production et des territoires touristiques complémentaires ne facilitent pas leur obligation de satisfaire les besoins de leurs secteurs respectifs à savoir l'accueil pour les destinations touristiques de montagne les plus fréquentées et la production pour les terroirs d'origine des produits certifiés et recherchés.

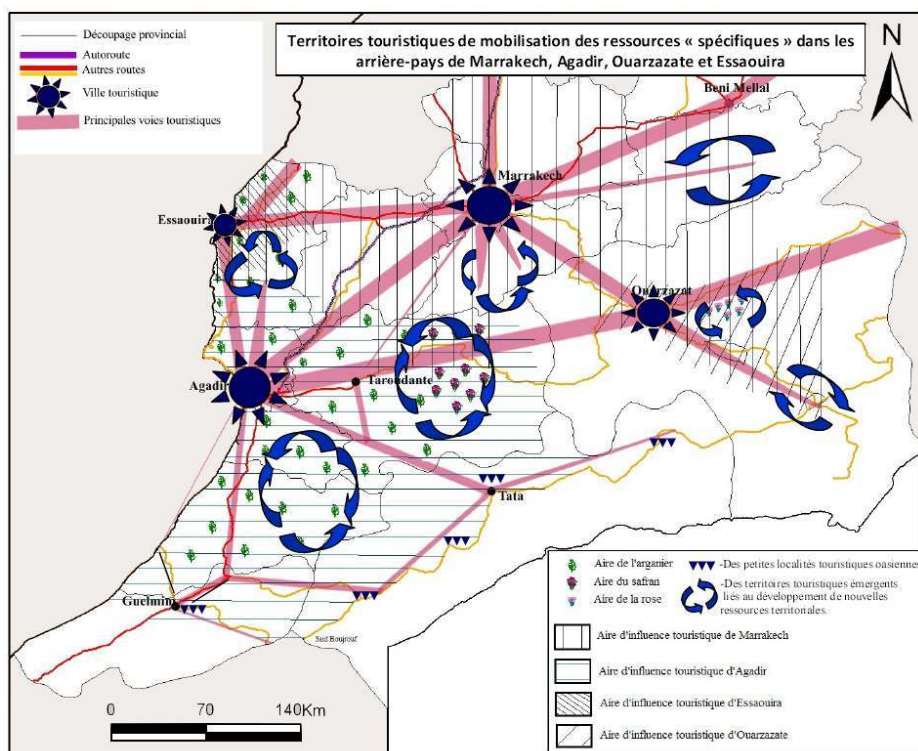
Recompositions territoriales et sociales liées à l'émergence des ressources territoriales des espaces de marge

- 30 Au sud du Maroc, les villes touristiques dominent les espaces géographiques des montagnes atlasiques et des oasis. Le choix du tourisme pour ces régions est décidé depuis ces centres urbains et l'étranger par les Tours opérateurs. C'est une activité économique secondaire mais importantes du fait qu'elle joue un rôle stimulant pour plusieurs localités qui connaissent un important processus de mise en tourisme comme pour les cas de l'Ourika, de Ghyghaya, des Aït Bouguemez ou encore de Taliouine et compose une partie non négligeable de l'offre touristique du Maroc à savoir le tourisme

rural saharien et de montagne. Le tourisme itinérant et excursionniste commence à prendre une bonne place en intégrant des arrêts dans des gîtes chez l'habitant pour côtoyer les modes de vie des populations et découvrir les cultures locales. Ce tourisme cherche à être solidaire, équitable et engagé dans les initiatives de développement local. Il tente la contribution de création des activités génératrices de revenu (AGR) et la valorisation des produits locaux (de terroir et d'artisanat), de la culture et des savoir-faire locaux avec un appui sur l'approche qualité. Plusieurs acteurs commencent à acquérir les capacités nécessaires pour valoriser et organiser cette nouvelle activité en mobilisant les différentes ressources spécifiques et en mettant en place des petites structures touristiques implantées au cœur des différents arrière-pays des villes touristiques de la région. Mais, les logiques conflictuelles voire d'exclusion ne cessent de se développer au détriment des solidarités communautaires. Les nouveaux enjeux liés au développement de ces activités naissantes sont multiples et portent sur les défis liés aux modalités d'accès aux ressources locales, au pilotage des dynamiques en cours, à la recherche de l'appui externe et à la répartition de la valeur ajoutée.

- 31 Une nébuleuse d'acteurs locaux édifie des territoires sur la base de projets sectoriels avec le soutien d'acteurs externes en provenance de divers horizons et de différentes échelles. Mais les territoires de projets touristiques et les filières agricoles ou d'artisanat sont encore loin d'être bien articulés et complémentaires. Les logiques à l'œuvre sur le terrain sont de monter les projets de spécialisation avant de penser et d'organiser leur articulation. Dans plusieurs cas observés, les acteurs locaux des filières agricoles, les coopératives féminines, refusent même de travailler avec les professionnels du tourisme surtout les guides. Ces derniers exigent, au moment de leurs passages dans des locaux des associations ou des coopératives, des marges bénéficiaires exorbitantes sur les produits vendus aux touristes. Les produits de terroirs, qualifiés ou non, passant dans des circuits formels ou informels, cherchent de plus en plus à intégrer les circuits du commerce international, les foires nationales et les marchés des villes touristiques régionales pour s'adresser essentiellement à la clientèle marocaine. Cette situation ne peut s'expliquer seulement du fait des problèmes de la mise en œuvre d'une bonne gouvernance entre les différentes composantes du système territorial mais s'explique aussi par les dynamiques propres au marché et au positionnement concurrentiel des différents acteurs de la filière. Les techniques de commercialisation et de marketing constituent encore des savoir-faire nouveaux très inégalement maîtrisés par les porteurs de projet à différentes échelles.

Figure 2. Territoires touristiques de mobilisation des ressources « spécifiques » dans les arrière-pays de Marrakech, Agadir, Ouarzazate et Essaouira



- 32 Avant le lancement des nouvelles dynamiques et d'initiatives de développement territorial dans le monde rural marocain profond, les arrière-pays des villes touristiques de Marrakech, d'Agadir, d'Ouarzazate et d'Essaouira connaissaient des activités touristiques collées à des itinéraires qui correspondent aux grandes routes nationales. Ces dynamiques dans les marges et les constructions territoriales qui en découlent ont fait explorer de nouvelles localités, plus petites et plus marginales, au profit du tourisme et de la mondialisation. Les itinéraires touristiques commencent à avoir la forme de réseau en arbre avec une base en ville et ses sommets dans les douars en montagne ou dans les oasis. De nouvelles pratiques touristiques de tourisme de séjours commencent à voir le jour. Les visites des ateliers de fabrication ou de transformations des produits de terroir ou d'artisanat, participation à des activités pour les chantiers de volontariat et d'aide au développement humain, visite de musée et du patrimoine local, connaissance de la gestion locale traditionnelle, apprentissage des savoir-faire locaux, etc. L'émergence de ces espaces et de ces localités s'effectue dans un environnement d'innovation territoriale provoquée généralement par l'extérieur ou par les émigrés ressortissants de ces espaces et qui se basent sur des leaders locaux ou des individus qui ont la capacité de mobiliser les différentes ressources locales et territoriales. Ces territoires touristiques sont ponctuels mais composent une armature ou un réseau sous forme d'archipels connectés par des itinéraires touristiques qui vont de l'espace mondial à des villages reculés. Ils projettent la mondialisation à ces échelles les plus élémentaires et en des lieux reculés. Il s'agit en fait de territoires emboîtés, imbriqués et « enchevêtrés » avec des discontinuités remarquables entre les unités territoriales existantes (Veltz, 1996 ; Scholz, 2005). Dans plusieurs cas, ces territoires commencent à développer des formes d'autonomisation du fait qu'ils ont pu créer localement des structures d'hébergement, de restauration, de

commerce, d'artisanat, de services... avec une offre diversifiée d'itinéraires touristiques et de produits de la spécificité et de qualification.

Conclusion

- 33 Nous observons que l'intégration de la spécificité dans les démarches de développement et d'intégration des zones de marge en montagne comme dans le reste des régions du sud provoque le déclenchement de deux processus parfois contradictoires et parfois complémentaires mais complexes et chargés de jeux et d'enjeux :
- 1. La patrimonialisation des ressources locales se fait en se référant à une démarche de préservation identitaire et/ou de valorisation touristique. Mais la valorisation marchande l'emporte souvent sur la conservation patrimoniale et identitaire. Une recomposition est en cours avec une centralité du patrimoine identitaire et une marginalité de l'identité. Toutefois, la qualification par le biais de la labellisation et de la certification est un outil au service de cette patrimonialisation. Elle a fait appel à plusieurs secteurs et filières de l'agriculture, de l'artisanat et du tourisme. Le terroir avec ses produits est nouvellement instrumentalisé par cette démarche qualité dans le cadre d'une économie moderne. La qualification devient elle aussi un terrain d'incertitude relevant de la faiblesse de son organisation, de la banalisation de ses produits, du défi d'intégration de la clientèle du tourisme national et international, etc.
 - 2. La territorialisation des actions publiques tend à reconnaître, dans un environnement local, national et mondial changeant, une marge de manœuvre décisionnelle aux acteurs de la société locale. Une recomposition territoriale est donc à l'ordre du jour dans ces régions avec une consolidation du rôle de la société civile, des femmes et du secteur privé. Mais la construction de ces nouveaux territoires se conjugue difficilement avec la territorialité publique. Les différents acteurs vivent le processus d'ancrage territorial dans une logique conflictuelle et de domination et non dans celle d'entente comme parties prenantes dans les projets de territoire. Dans plusieurs cas, les projets montés cherchent à seulement révéler des ressources dans un souci principal de la création de la rente économique et de marchandisation.
- 34 La rencontre entre le processus de patrimonialisation des ressources locales et la mise en tourisme ne trouve pas encore une bonne articulation. La formule du panier de biens qui pourrait assurer une meilleure articulation de l'offre au niveau local, avec des composantes provenant des secteurs de l'agriculture, du patrimoine et du tourisme, mérite d'être appropriée dans le contexte de la périphérie marocaine. Elle pourrait bien évidemment produire des synergies et des articulations entre les différents projets et les différents territoires.
- 35 Les recompositions territoriales en cours dans les arrière-pays des villes touristiques du sud marocain sont en cours de prendre la forme d'un archipel connecté à la mondialisation pour le meilleure et pour le pire (Scholz, 2005 ; Koop *et al.*, 2010 et 2011). Les territoires de la région vivent la globalisation par des innovations effectuées essentiellement dans des domaines liés à la spécificité, à la patrimonialisation et à la valorisation touristique mais sans pour autant négliger toutes les dynamiques en cours pour développement humain et social. Les différentes dynamiques d'accompagnement ont provoqué des constructions territoriales complexes, conflictuelles, d'exclusion et dans plusieurs cas s'ignorant les unes les autres (Giraut et Boujrout, 2000). Des réajustements et des arrangements territoriaux sont donc nécessaires dans les formules

de développement et de patrimonialisation sur la base de la spécificité de ces régions. Les différentes mobilisations participatives deviennent hégémoniques en certaines régions de marge pour la création de projets de développement local à caractère sectoriel et souvent isolé (Boujrouf *et al.*, 2009). La gouvernance de cette nébuleuse de dynamiques mérite d'être repensée dans le sens d'une bonne coordination et d'une solide articulation à fin d'éviter les contradictions dans ce système de « projectorat »³ (Giraut et Vanier, 2006 ; Louargant *et al.*, 2011). Ainsi ce sont les convergences entre les initiatives de développement de type participative initiées par des ONG et les cadres de gouvernement local institué par la décentralisation (Bergh, 2010 ; Romagny *et al.*, 2008) qui doivent être encouragés et facilités.

BIBLIOGRAPHIE

- ANTHEAUME B. & GIRAUT F., 2002.- « Les marges au coeur de l'innovation territoriale?: regards croisés sur les confins administratifs (Afrique du Sud, France, Maroc, Niger, Togo...) », in *Historiens et géographes* 379, pp. 39-58.
- ASKOUR K., 2009.- *Les réseaux de coopération productive au Maroc, le cas de la filière agro-alimentaire*, Presses Universitaires du Maroc.
- AUCLAIR L. & ALIFIQUI M. (eds.), 2013.- *Agdal, Patrimoine socio-écologique de l'Atlas marocain*, IRD.
- BELLAOUI A., 1996.- « Tourisme et développement local dans le Haut-Atlas marocain: questionnement et réponses/Tourism and local development in the Moroccan High Atlas Mountains: some questions and answers », in *Revue de géographie alpine*, 84(4), 15-23.
- BEN ARROUS M. & KI-ZERBO L., 2006.- *African studies in Geography from below*, Codesria.
- BERGH S.I., 2010.- « Assessing the Scope for Partnerships Between Local Governments and Community-Based Organizations: Findings from Rural Morocco », in *International Journal of Public Administration* 33, pp. 740-751.
- BOUJROUF S., 2004, « Patrimonialisation de la montagne au Maroc : le rôle du tourisme en question », in *Communication interculturelle, patrimoine et tourisme*, publication coordonnée par Fatima Arib et Rachida Saigh Boustia, EDIT pp.57-70.
- BOUJROUF S., 2004.- « Tourisme de montagne au Maroc: enjeux de la durabilité », in *Le tourisme durable, réalités et perspectives marocaines et internationales. Marrakech*, 273-284.
- BOUJROUF S., 2005, Innovation et recomposition territoriale au Maroc : une mise en perspective géo-historique. In : Antheaume Benoît, Giraut F. Le territoire est mort : vive les territoires ! : une refabrication au nom du développement. Paris : IRD, p. 133-156.
- BOUJROUF S., GIRAUT F., ANTHEAUME B., & LANDEL P. A., 2009.- *Les territoires à l'épreuve des normes: référents et innovations: contributions croisées sud-africaines, françaises et marocaines*, Montagnes Méditerranéennes Ed.

- BOUJROUF S., LOKRIFA A. ET FATIMA GEBRATI F., 2012.- « L'émigration des marocains en Italie et recompositions des territoires locaux au Sud du Maroc », in *Migrazionie sviluppo locale nell'area mediterranea. Esperienze di ricerca a confronto*, Cagliari, Facoltà di Lettere e Filosofia, 1-2 marzo.
- CHEVALLIER D., 2000.- *Le patrimoine rural, projet de société*. Editions Autrement.
- Francois H., Hirczak M. & Senil N., 2006.- « Territoire et patrimoine : la co-construction d'une dynamique et de ses ressources » , in *Revue d'Économie Régionale & Urbaine* 5, pp. 683-70
- GIRAUT F. & BOUJROUF S., 2000.- « Les territoires qui s'ignorent? Dichotomie entre territoires administratifs et espaces de mobilisation au Maroc », in *Montagnes Méditerranéennes*12, pp.61-69.
- GIRAUT F. & VANIER M. (dir.), 2006.- *Etude comparée des politiques d'aménagement du territoire et de développement régional dans les pays du sud*, DGCID (Coll études). <http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/IMG/pdf/Pubb.pdf>
- GUMUCHIAN H. & PECQUEUR B., 2007.- *La Ressource territoriale*, Economica-Anthropos.
- Hinnewinkel J.C., 2007.- « L'avenir du terroir : gérer de la complexité par la gouvernance locale », in *Méditerranée* [En ligne], 109 | 2007, mis en ligne le 01 juillet 2009, consulté le 20 octobre 2013. URL : <http://mediterranee.revues.org/106>
- JOHNSON P., 2003.- *Commerce équitable : Propositions pour des échanges solidaires au service du développement durable*, Charles Léopold Mayer.
- KOOP, K., & AMILHAT A.-L., 2011.- « Introduction. Approche critique des transferts contemporains des modèles de développement territorial vers les Suds », in *L'information géographique*75 (4), pp. 6-14.
- KOOP, K., LANDEL, P. A., & PECQUEUR, B., 2010.- « Pourquoi croire au modèle du développement territorial au Maghreb? Une approche critique », in *EchoGéo*13.
- LAGRANGE L. ET VALCESCHINI E, 2007.- « Enjeux internationaux et institutionnels des signes de qualité et d'origine », in *Économie rurale* [En ligne], 299 | Mai-juin 2007, mis en ligne le 01 juin 2009, consulté le 20 octobre 2013. URL : <http://economierurale.revues.org/182>
- LEIMGRUBER W., 2004.- *Between global and local: marginality and marginal regions in the context of globalization and deregulation*, Ashgate Publishing Ltd.
- LOUARGANT S., MATTEUDI E., & ROUX E., 2011.- « L'action aménagiste au Maroc entre héritages, permanences et bifurcations », in *L'Information géographique*75(4), 15-38.
- MIGRATIONS & DÉVELOPPEMENT, 2006.- *Étude sur le tourisme rural et les filières agricoles dans la province de Taroudant : huile d'argane, huile d'olive et safran*. Rapport réalisé pour la FAO.
- OCH O, 2012.- *Vers une constructin d'un panier de biens en Montagne marocaine. Eléments sur le Haut Atlas*, Mémoire de Master en géographie et sciences du territoire, Université de Genève.
- OIRY-VARACCA M., 2012.- « La mobilisation des identités amazighes dans des projets de développement touristique. Dynamiques du branchement et de l'ancrage dans les montagnes marocaines », in *Via@ Revue internationale du tourisme* 2, <http://www.viatourismreview.net/Article11.php>.
- RODRIGUEZ-CARMONA A., 2009.- *El proyectorado. Bolivia tras 20 años de ayuda externa*, Plural.
- ROMAGNY B., 2010.- « L'IGP Argane, entre patrimonialisation et marchandisation des ressources », in *Maghreb-Machrek* 202, pp. 85-114.

ROMAGNY B., BOUJROUF S., 2010.- « La ruée vers l'huile d'argan, chronique de la patrimonialisation d'un terroir marocain », in *Hespéris Tamuda* XLV, pp. 151-166.

ROMAGNY, B., AUCLAIR, L., & ELGUEROUA A., 2008.- « La gestion des ressources naturelles dans la vallée des Aït Bouguemez (Haut Atlas) : la montagne marocaine à la recherche d'innovations institutionnelles », in *Mondes en développement*, (1), pp. 63-80.

SCHOLTZ F., 2005.- « The Theory of Fragmenting Development », in *Geographische Rundschau International Edition* 1 (2), pp. 4- 11

SENIL N., 2011.- *Une reconstruction de l'espace-temps : approche croisée des processus de patrimonialisation et de territorialisation dans les territoires ruraux en France et aux Maroc*. Thèse de Doctorat, Université de Grenoble.

SENIL N. & LANDEL P.-A., 2013.- « *Ne perdons plus le temps* », Mons, communication au colloque de l'ASRDLF, http://www.asrdlf2013.org/IMG/pdf/C-Senil-Landel-Ne_perdons_plus_le_temps.pdf

VELTZ P., 1996.- *Mondialisation, villes et territoires. L'économie d'archipel*, PUF.

NOTES

1. Il s'agit essentiellement des lois relatives « aux signes distinctifs d'origine et de qualité des denrées alimentaires et des produits agricoles et halieutiques » (Bulletin Officiel N°5640 du 19 juin 2008 et BO n°5040), au règlement intérieur de la commission nationale des signes distinctifs d'origine et de qualité (BO n° 5722), à la certification des produits bénéficiant d'un signe distinctif d'origine et de qualité (BO n°5722), aux modalités de reconnaissance d'un signe distinctif d'origine et de qualité (BO n°5722), à la création de l'Agence pour le développement agricole (BO n°5714), à la création de l'Office national de sécurité sanitaire des produits alimentaires (BO n° 5714), à la création de l'Agence nationale pour le développement des zones oasiennes et de l'arganier (BO n°5910), à la fixation des modalités de l'aide de l'État à la construction et à l'équipement des unités de valorisation des produits agricoles (BO n°5818), à la fixation des conditions et des modalités d'octroi de l'aide financière de l'État à la promotion et à la diversification des exportations des produits agricoles (BO n° 5906) et à l'octroi de l'aide de l'État à la promotion et à la diversification des exportations des produits agricoles (BO n°5914).

2. Un processus de labellisation et de certification commence à voir le jour en procédant à la reconnaissance des indications géographiques IG, des Appellations d'Origine Protégée AOP et des Labels Agricole concernant: 1. Les produits agricoles et de la pêche ; 2. les produits de la chasse, du ramassage ou de la cueillette ; 3. les denrées alimentaires ; 4. les produits cosmétiques ; 5. les huiles essentielles ; 6. les plantes aromatiques et médicinales. Les exemples les plus remarquables sont les suivants :

- L'Indication géographique, au nombre de six : « Dattes Majhoul de Tafilalet », « Clémentine de Berkane », « Grenade Sefri Ouled Abdellah », « Viande Agneau Béni Guil », « Figue de Barbarie d'Aït Baâmrane », « Fromage de chèvre de Chefchaouen » et une Indication Géographique Protégée « Argan » ;
- L'appellation d'origine Protégée, au nombre de deux: « safran de Taliouine », l'huile d'olive « Tyout Chiadma » ;
- L'appellation d'origine contrôlée « Crémant de l'Atlas » ;
- Le Label Agricole « Agneau Laiton ».

3. L'expression est de Rodriguez-Carmona (2009) et elle vise la multiplication et l'hégémonie des projets de développement local qui sont menés de manière sectorielle et souvent isolée en lien

avec des bailleurs de fonds externes armés de modèles de développement qui mettent sous tutelle les marges du Global South.

AUTEUR

SAID BOUJROUF

Laboratoire les Montagnes Atlasiques – Territoires, Développement et Durabilité, Université Cadi Ayyad, Marrakech